



Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers



Download



Online Lesen

[Click here](#) if your download doesn't start automatically

Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers

Ole Tangermann

Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers Ole Tangermann

 [Download Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzen ...pdf](#)

 [Online lesen Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutz ...pdf](#)

Downloaden und kostenlos lesen Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers Ole Tangermann

150 Seiten

Kurzbeschreibung

Diplomarbeit, die am 12.12.2002 erfolgreich an einer Technische Universität in Deutschland im Fachbereich Logistik eingereicht wurde. Einleitung: Die zunehmende Verbreitung des Internet hat die Marktbedingungen für viele Unternehmen verändert. Die Entwicklung von neuen Informations- und Kommunikationstechnologien, deren Integration in Unternehmensprozesse sowie eine veränderte Erwartung der Nachfrager hat dazu geführt, daß B2C-Applikationen zu einem bedeutenden strategischen Faktor für Unternehmen der Automobilbranche geworden sind. Aufgrund der hohen Investitionen in neue Geschäftsmodelle, der laufenden Kosten des Mediums Internet und der Bedeutung des strategischen Wettbewerbsfaktors Internet als Marketing- und Vertriebsinstrument wird ein Controlling der online-basierten Unternehmensfelder zunehmend wichtiger. Die vorliegende Arbeit nimmt sich daher der Bewertung und Analyse des Nutzens von B2C-Anwendungen des Automobilherstellers DaimlerChrysler an. Nach einführender Darstellung der wissenschaftlichen Grundlagen aus Marketing und Controlling wird das B2C als Marketinginstrument diskutiert. Dabei werden theoretische Verfahren und praktische Ansätze der Nutzenanalyse dokumentiert. Die verschiedenen theoretischen Methoden der Nutzenanalyse und des Marketingcontrollings werden mit den praktisch messbaren Determinanten des B2C kombiniert und hinsichtlich ihres derzeitigen Erfolgsbeitrages sowie zukünftiger Potentiale untersucht. Auf den Erkenntnissen und Bewertungsmethoden aufbauend wird ein allgemeines Modell zur Nutzenanalyse des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers entwickelt. Das entwickelte Verfahren wird anschließend auf eine B2C-Anwendung, den CarConfigurator, angewendet. Die Untersuchungsergebnisse zeigen, daß die Herstellung von Ursache- Wirkungszusammenhängen im Marketing äußerst schwierig ist und in der Literatur noch nicht ausreichend geklärt wird. Auch die Bewertung der komplementär agierenden traditionellen Der Verlag über das Buch

Bei dieser Studie handelt es sich um eine Diplomarbeit die am 12.12.2002 erfolgreich an einer Technische Universität in DEUTSCHLAND im Fachbereich Logistik eingereicht wurde.

Download and Read Online Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers Ole Tangermann #8RX501LSM4P

Lesen Sie Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann für online ebook
Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann Kostenlose PDF d0wnl0ad, Hörbücher, Bücher zu lesen, gute Bücher zu lesen, billige Bücher, gute Bücher, Online-Bücher, Bücher online, Buchbesprechungen epub, Bücher lesen online, Bücher online zu lesen, Online-Bibliothek, greatbooks zu lesen, PDF Beste Bücher zu lesen, Top-Bücher zu lesen Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann Bücher online zu lesen.
Online Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann ebook PDF herunterladen
Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann Doc
Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann Mobipocket
Entwicklung eines Modells zur quantitativen Nutzenbestimmung des B2C-Geschäfts eines Automobilherstellers von Ole Tangermann EPub